سیمین تقدیسی زنجانی
فاطمه دانشور عنبران
دانشگاه آزاد اسلامی

توریسم روستایی، تصویری مجازی یا الگویی حقیقی در برنامه‌ریزی روستایی

چکیده:

توریسم روستایی، گرچه واژه‌ای نوین در صنعت توریسم کشور است، امّا در واقع ریشه و اصل آن به اوّلین سفرهای زندگی بشری مربوط است. زیرا در ابتدا، زندگی اجتماعی پس از غارنشینی و کوچ‌نشینی، روستانشینی بوده و آن زمانی که انسان متوجه اوقات فراغت خویش شد و اقدام به سفرکردن نمود؛ اوّلین گام‌ها در جهت توریسم روستایی برداشته شد. با توجه به تنوّع آب‌وهوایی در سطح کشور و وجود اقوام و ایلات مختلف در هر قسمت از کشور که خاستگاه آنها نیز محسوب می‌شود، می‌توان به تنوّعی از جاذبه‌های توریسم روستایی دست یافت. اما آنچه تاکنون از توریسم و گردشگری روستایی در کشور صورت پذیرفته، در آغاز راه است. چرا که پس از رهایی از مشکلات تغییر نظام حکومتی در ایران و سمت و سو گرفتن برنامه‌های توسعه‌ی اجتماعی- اقتصادی کشور، صنعت توریسم مورد توجه قرار گرفت. با توجّه به نظام حکومتی اسلامی کشور و با توجه به اذعان بسیاری از مسؤولان، توریسم کشور ما، توریسم مذهبی و فرهنگی و تاریخی است. بنابراین بدون شک آنچه در قالب صنعت توریسم، برنامه‌ریزی می‌شود، عمدتاً در راستای توریسم روستایی و زیرمجموعه‌های آن می‌باشد. در جهت برنامه‌ریزی صنعت توریسم روستایی تبلیغات و اطّلاع رسانی از نقاط بکر و دست‌نخورده؛ گروه‌بندی توریست وارد شده به ایران براساس انگیزه‌ها و نیازهای گردشگری آنها؛ تربیت راهنماهای بومی از سوی سازمان ایرانگردی و جهانگردی و سایر موارد مورد توجه است. اذعان می‌شود که موفقیّت هر برنامه‌ی روستایی در گرو دیدگاه برنامه‌ی کلان کشور است، لذا باید برنامه‌ریزی روستایی به عنوان یک هدف و به صورت زیرمجموعه‌ای از یک نظام در برنامه‌ریزی کلان کشور در نظر گرفته شود.

واژگان کلیدی: توریسم، توریسم روستایی، گردشگری سبز، گردشگری کشاورزی، اکوتوریسم، برنامه‌ریزی.





درآمد:

«دانش جغرافیا، به‌ویژه جغرافیای انسانی، بنابرماهیّت علمی خود و تعریف آن، یعنی بررسی سطح مملو از حیات کره‌ی زمین، با توجه به اختلافات عظیم و بی‌پایان مکانی و تبیین علمی آن در ارتباط با نیروهای مؤثّر در حال و گذشته و پیامدهای حاصل از مناسبات علّت و معلولی جوامع انسانی با محیط زیست خویش که منجر به پیدایش چشم‌اندازهای فرهنگی می‌شود، باید به تجزیه و تحلیل و چگونگی روند شکل‌گیری و پیوند میان عناصر متحرک هر یک از چشم‌اندازها بپردازد. صنعت توریسم همواره به صورت صنعتی تلقّی شده که از عامل کار بیشتر از سایر عوامل تولید، استفاده به عمل می‌آورد. با تحقیقاتی که در این زمینه به عمل آمده است، این موضوع به اثبات رسیده است. به طور مثال در فرانسه درآمد سرانه‌ی ناشی از توریسم، صرفاً به صورت اجاره اتاق در روستاها در سال ۱۹۶۱ (یعنی ۴۵ سال پیش) حدود ۶۰۰۰ فرانک بوده است» (منشی‌زاده، ۱۳۷۶: ۲۵ و ۲۸).

بنا به تعریف، گردشگری روستایی توریسمی است که در مناطق روستایی شکل می‌گیرد. به طور کل روستا منبعی چند منظوره است که نیازهای مختلفی را برآورده می‌کند. در عین حال برخورد مردم نسبت به آن بهبود یافته و آن را منبعی برای موقعیّت‌های جدید شغلی، مکانی برای زندگی یا جایگاه موقّتی برای فرار از فشارهای مختلف زندگی پیشرفته‌ی شهری می‌دانند. توسعه و رشد گردشگری روستایی، غالباً با سهمی که در بهسازی اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی دارد، متناسب است. به طور مثال به دلیل وجود مناطق روستایی اروپا، تا امروز گردشگری شیوه‌ی مهم و جدید اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد بوده که نتیجه‌ی آن انزوای اجتماعی روستا را شکسته و باعث رونق و پویایی بیشتر جوامع روستایی شده است. مسلّماً بخش کوچکی از گردشگری را گردشگری روستایی تشکیل می‌دهد، که البته سهم مهمی را در اقتصاد مناطق روستایی دارد. مهمترین هدف

توسعه‌ی گردشگری، توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی مناطق گردشی است. بنابراین آماده‌سازی صنعت گردشگری روستایی، روند پیچیده‌ای دارد و یادآور می‌شود که گردشگری روستایی تنها شامل جاذبه‌ها، امکانات و فعالیّت‌های تفریحی نمی‌شود، بلکه از نظر بسیاری از دیدارکنندگان، محیط زیست روستایی و درک مفهوم روستا، بخشی از تجارب گردشگری هستند. همچنین، آن قسمتی از گردشگری روستایی که در مالکیّت بخش خصوصی است، تبدیل به منبعی چند منظوره و آسیب‌پذیر شده است. بنابراین گردشگری روستایی تنها از طریق تعداد زیادی از مشاغل کوچکتر بخش خصوصی، که صنعت گردشگری روستایی را تشکیل می‌دهند، اداره نمی‌شود، بلکه بسیاری از سازمان‌های بخش‌های دولتی نیز در این موضوع دخالت دارند(جولیا شارپلی، ۱۳۸۰: ۲۷، ۳۶،۴۱ و ۸۵).

مفاهیم تئوریک در گردشگری روستایی

گردشگری (توریسم)، رفتار مشترک گروه‌های انسانی است که از ابعاد جغرافیایی و فضایی برخوردار بوده و بازتاب‌های این رفتار نیز فضا و ویژگی‌های محیط جغرافیایی را متأثّر می‌سازد. مطالعات تطبیقی درباره‌ی نگرش و سیاست‌های توریستی در حکومت‌های مختلف، می‌تواند به درک بازتاب‌های فضایی ایدئولوژی‌ها و ماهیّت نظام‌های سیاسی و نوع چشم‌انداز جغرافیایی که می‌آفرینند، کمک نماید. بنابراین صنعت رو به رشد گردشگری نقش مهمّی در توسعه‌ی ملّی کشورها در آینده خواهد داشت(حافظ نیا، ۱۳۸۲: ۴۸).

گردشگری از دیدگاه آرتوربورمان [1] مجموعه مسافرت‌هایی را دربرمی‌گیرد که به منظور استراحت، تفریح، تجارت یا دیگر فعّالیّت‌های شغلی و یا به منظور شرکت در مراسم خاص انجام می‌گیرد و نبود شخص گردشگر در محل سکونت دائم خود طیّ این مسافرت موقّتی و گذراست(رضوانی، ۱۳۷۴: ۳۳).

گردشگری از دیدگاه جامعه‌شناسی مجموعه روابطی است که شخص گردشگر در محل اقامت موقّت خود با انسان‌های ساکن در آن محل به وجود می‌آورد. به عقیده‌ی هونزیکر کراپف [2] گردشگری عبارت از پیدایش مجموعه روابطی است که از مسافرت و اقامت یک فرد غیربومی بدون اقامت و اشتغال دائم در یک محل به‌وجود می‌آید. بنا به تعریف اتحادیه‌ی بین‌المللی گردشگری، گردشگری عبارت از مجموع تغییرات

1. Arthur Bormann
2. Hunziker Krapf

مکانی انسان‌ها و فعّالیّت‌هایی است که از آن نتیجه می‌شود. این تغییرات خود ناشی از به واقعیّت پیوستن خواست‌هایی است که انسان را به جابه‌جایی وادار می‌کند و در هر شخصی به صورت بالقوّه با شدّت و ضعف متفاوت، وجود دارد(غفاری و مولایی، ۱۳۸۱: ۲۱۹).

امروزه صنعت گردشگری یکی از اشتغال‌زاترین و درآمدزاترین صنایع به شمار می‌رود و بیشتر کشورهای جهان در تلاش گسترده‌ای در جهت تقویت و بهبود وضعیّت آن هستند. ماشینی‌شدن زندگی غالب مردم، تمایل آنان را برای گذران اوقات فراغت در محیط‌های طبیعی و روستایی اطراف شهرها افزایش داده است. به گفته‌ی لین[1] گردشگری روستایی، گردشگری است که در پیرامون شهرها اتفاق بیافتد، که در آن دو نکته مهم وجود دارد: یکی این‌که بیشتر کشورها، ملاک‌های اقتصادی برای تعیین نواحی زراعی و یا غیرزراعی (شهری) دارند. و دیگر این‌که با فرض گردشگری روستایی را معادل واژه‌ی Agri-tourism بدانیم، اغلب به جای مقوله‌هایی مانند گردشگری بوم زیست‌ها[2]، جهانگردی سبز یا جهانگردی طبیعت[3] نیز به کار می‌رود. لذا بهترین و ساده‌ترین تعریف از گردشگری روستایی را می‌توان از لحاظ مفهومی، به عنوان حالتی از ذهن و از لحاظ فنی، براساس فعّالیت‌ها، مقاصد و سایر خصوصیّات ملموس و قابل اندازه‌گیری تعریف کرد(رحیمی، ۱۳۸۱: ۲۳۱- ۲۲۶). از طرفی گردشگری روستایی وضعیّتی روحی است که به موجب آن گردشگران به دنبال تجربیّات تفریحی در محیط روستا می‌گردند(جولیا شارپلی، ۱۳۸۰: ۱۰).

بنابراین گردشگری روستایی شکلی از فعّالیّت اقتصادی گردشگری است که پیرامون شهرها و نقاط دارای شکل و بافت روستایی (غیرشهری) انجام می‌گیرد (شهابیان، ۱۳۸۳: ۳۰) *که دربردارنده‌ی آثار مثبت و منفی برای محیط زیست روستا، انسان و طبیعت است.*

چنین برداشتی از گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌های مختلف فعّالیّت‌های گردشگری چون بازدید از سکونت‌گاه‌ها، رویدادها، جشنواره‌ها، ورزش‌ها و تفریحات گوناگون روستایی را دربرگیرد. شرایط طبیعی، مورفولوژیکی، عناصر اقلیمی همراه با ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محیط روستا، اشکال گوناگون و متنوّعی از روستاها را به‌وجود می‌آورند که هر کدام به لحاظ فیزیکی، نوع معماری، نوع مسکن، الگوی سکونت، نوع معیشت، آداب و رسوم و سنت‌ها از یکدیگر متمایزاند. این وجوه تمایز خود خالق جاذبه‌هایی

1. Lane
2. Eco-tourism Eco-tourism
3. Green Tourism

است که گردشگران روستایی را به بازدید از این مناطق علاقه‌مند می‌سازد و آنها را هر از چندگاهی به مسافرت به این مناطق وامی‌دارد(رضوانی، ۱۳۷۴: ۱۰۵).

بدین جهت گردشگری روستایی را می‌توان به انواع زیر تقسیم نمود:

۱) گردشگری کشاورزی[1]: برای شرح تمامی فعّالیّت‌های گردشگری در نواحی روستایی به کار می‌رود، ولی اغلب شامل آن دسته فرآورده‌های گردشگری می‌شود که مستقیماً در ارتباط با محیط کشاورزی است و جشن‌ها، موزه‌ها، نمایشگاه‌های صنایع دستی و دیگر رویدادها و جاذبه‌های فرهنگی را نیز شامل می‌شود و به طور کل به مفهوم روستاگردی نیز به کار برده می‌شود.

۲) گردشگری سبز[2]: گردشگری سبز رویکردی برای توسعه‌ی گردشگری است که جویای توسعه‌ی روابط هم‌زیستی با محیط فیزیکی و اجتماعی بستر خود است.

۳) گردشگری بوم زیستی[3]: شکلی از گردشگری در طبیعت است (گردشگری در نواحی طبیعی و دست نخورده) که فعّالانه مروّج بقای محیط زیست است و مستقیماً برای جوامع و فرهنگ‌های محلّی سودمند است و برای گردشگران تجربه‌ای مثبت و آموزنده فراهم می‌نماید. این نوع از گردشگری، عملاً شکلی از گردشگری پایدار است، امّا به محیط روستایی وابسته است(شهابیان، ۱۳۸۳: ۲۸).

جایگاه گردشگری روستایی در برنامه‌ریزی

در خصوص جایگاه و نقش گردشگری روستایی در برنامه‌ریزی با توجه به الگوی مفهومی از گردشگری روستایی چنین عنوان شده که گردشگری روستایی از یک سو قابلیّت اقتصاد سرمایه‌داری را در تصرّف فضاهای جدید و ادغام آنها را در چرخه‌ی مصرف نشان می‌دهد که در آن راهبرد کالایی شدن نواحی روستایی، بخشی از اقتصاد زیباشناختی معاصر محسوب می‌شود. از دیگر سو گردشگری روستایی نتیجه‌ی یک مفهوم فراگیر از گریزهای شهری است. سرمایه‌داری پسافوردیسم در عبور از نگرش تک محور در نواحی روستایی، در قالب کنش‌پذیری اقتصادی- اجتماعی، گردشگری روستایی را مطرح می‌کند. این گردشگری

1. Agri-tourism
2. Green Tourism
3. Eco-tourism

می‌تواند زمینه‌ساز درآمد و اشتغال در روستاها باشد؛ درآمدی که در تلفیق با زمین‌داری بـه اجـرا گـذارده مـی‌شـود (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۶: ۲۰۳-۲۰۲).

با این حال گردشگری روستایی از دو جهت دارای اهمیت است: یکی از دیدگاه حـضور در یـک فعالیّـت گسترده جهانی و دیگری تأکید بر سیاست‌های توسعه‌ی منطقه‌ای و محلّـی. صـنعت گردشـگری روسـتایی در میان کشورهای اروپایی تا جایی پیش رفته که اوّلین کنگره بزرگ گردشگری روستایی اروپا در این زمینـه در سال ۲۰۰۳ در کشور اسپانیا برگزار گردید. با توجّه به پتانسیل‌ها و جاذبه‌هایی که روستاهای کـشورهای اروپـای شرقی دارا هستند، کنگره‌ی مذکور به کشورهای عضو اتحادیه‌ی اروپا محدود نگردیـده و تمـامی کـشورهای اروپایی از روسیه تا پرتغال و از ایسلند تا بلغارستان در آن حضور یافتند. رونق این صنعت از اوایـل دهـه‌ی پـنجم قرن بیستم در اروپا شکل جدّی‌تر به خود گرفت. رشد و توسعه این صنعت هم در زمینه‌ی ایجاد ظرفیّت‌ها بـوده و هم درزمینه‌ی میزان تقاضا، صورت پذیرفته است.

از اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰، مناطق روستایی در بسیاری از کـشورها از تحـوّلات زیربنـایی کـه در اقتـصاد ملّـی و ناحیه‌ای رخ داده‌اند، تأثیر پذیرفـته‌اند. مناطق کمی توانسته‌اند از مشکلات کاهش جمعیت، پایین آمـدن سـطح اشتغال‌زایی و درآمد، خدمات دولتی کم و از دست‌دادن هویّـت روسـتایی و فرهنگـی بگریزنـد. بنـابراین بایـد پذیرفت که سیاست‌های جدیدی برای کمک به بهسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی مورد نیاز است، از جمله در بسیاری از کشورها، برنامه‌ریزان و سیاستگزاران به گردشگری به چشم صنعتی برای ثبات اقتصادی و جمعّیتی برای جوامع روستایی می‌نگرند و توسعه را راه‌حلّ بسیاری از مشکلات می‌دانند، کـه منـاطق روسـتایی گرفتار آنها هستند. بنابراین گردشگری عنصر لازم برای حرکت به سوی بهسازی نواحی روستایی است. لازم به توضیح است گرچه بیش از یک قرن است که گردشگری در منـاطق روسـتایی در بـسیاری از کـشورها مـورد توجه قـرار گرفتـه و حتـی در بـسیاری از منـاطق منـبع اصـلی درآمـد و اشـتغال‌زایـی بـوده، امّـا همـواره نبـود برنامـه‌ریزی در آن وجود داشته و آنچه در امر گردشگری روستایی در برنامه‌ریزی‌ها آمـده در حقیقـت بـرای پاسخگویی و واکنش نسبت به نیازهای گردشگری بوده و بیشتر از این‌که روستا را به طرز صحیح ارتقاء بدهنـد، به فعّالیّت‌های تفریحی آن پرداخته‌اند. امّا به واقع گردشگری باید به عنوان عنصری ارزشمند و مهم در توسـعه‌ی اقتصادی روستا شناخته شود(جولیا شارپلی، ۱۳۸۰: ۱۰۹).

امکانات ژئولوژیکی، مورفولوژیکی، آب‌وهوایی، آب‌های معدنی، پوشش گیاهی و غیره در مطالعات و سیاست‌گذاری‌های اقتصاد توریسم —روستایی- از مهمترین عوامل عرضه در توریسم به حساب می‌آید (قره‌نژاد، ۱۳۷۸: ۱۷۴). اما در عین حال نظارت بر آنها دشوار است. همچنین روستا منبعی چند کاربردی است و گردشگری تنها یکی از نیازهای روستاست، امّا غالباً تهدیدی برای روستا به حساب می‌آید.

قابل ذکر است در خصوص ایران، ضرورت توجه به صنعت گردشگری روستایی از چند جنبه قابل بررسی است: *پاسخگویی به نیاز شهروندان، توسعه‌ی سیاست‌های منطقه‌ای و محلّی و جلب توریست و سرمایه‌های خارجی*(شهابیان، ۱۳۸۳: ۳۰).

برنامه‌ریزی روستایی و گردشگری روستایی

با توجه به تنوّع آب‌وهوایی در سطح کشور و وجود اقوام و ایلات مختلف در هر قسمت از کشور، که خاستگاه آنها نیز محسوب می‌شود، می‌توان به تنوّعی از جاذبه‌های توریسم روستایی دست یافت. نواحی شمالی کشور با آب‌وهوای شبه مدیترانه‌ای و جنگل‌های سبز با توپوگرافی شدید کوهستانی و مناطق زیبا و بکر و دست‌نخورده روستایی، نواحی شمال شرقی و شرقی کشور با تنوّعی از اقوام کرد، ترک و ترکمن و فارس و تنوّع آب و هوایی و تیپولوژی از کوهستانی شدید تا کویری محض، نواحی غربی کشور با ارتفاعات در هم تنیده و اقوام کرد و ترک با نوع معماری خاص خود، نواحی جنوبی از جنوب شرق تا جنوب غرب و همچنین جزایر جنوبی ایران، با طیف وسیعی از اقوام بلوچ و عرب با دو فرهنگ و آیین کاملاً جداگانه و دو شیوه‌ی زندگی متفاوت با طبیعتی گرم‌وخشک و بالأخره نواحی مرکزی با آب وهوای معتدل از برخورد جبهه‌های هوا با دارابودن بزرگترین اقوام عشایری و طبیعتی منحصر به فرد، نقاط دیدنی و جاذبه‌های توریستی را برای نواحی روستایی خویش رقم می‌زنند و جلوه‌هایی از فرهنگ روستانشینی ایران را به تصویر می کشانند(ر.ج. معاونت امور اقتصادی و هماهنگی برنامه و بودجه، ۱۳۸۳: ۲۶۷).

بنابراین وجود تنوّع در روش‌های برنامه‌ریزی برای توریسم در واقع پیچیدگی‌های مربوط به چند سطحی‌بودن توریسم (از لحاظ فراگیری مکانی) و انواع ماهیت آن (از لحاظ انگیزه‌های جابجایی) را باعث

می‌شود. بسیاری از نظریه‌پردازان چون بدبوی[1]، اکرانزا[2]، برادون[3]، گتز[4] و مرفی[5] بر این عقیده‌اند که توریسم از حالت محض و تک بعدی، خارج شده و دیدگاه‌های جدید، آن را در ارتباط با دیگر مسائل اجتماعی و طبیعی قرار داده است. در واقع اگر توریسم با دیگر مصالح اجتماعی و مقدّرات اکولوژیکی هم‌سویی نداشته باشد، برنامه‌ریزی تنظیمی نهایتاً منجر به شکست خواهد شد. از نظر گتز برنامه‌ریزی توریستی فرآیندی است تحقیقی و مبتنی بر جستجوی شرایط بهینه در ایجاد روابط بین توریسم، رفاه و حفظ محیط زیست(منشی‌زاده، ۱۳۷۶: ۸۸).

اساساً پدیده‌ی توریسم به عنوان حرکت گسترده و پیچیده‌ای قلمداد می‌شود و با توجه به ارتباط ناگسستنی این صنعت با بسیاری از سازمان‌ها و دوایر و وزارتخانه‌ها، تشکیلات دولتی نقش برجسته‌ای را در تدوین و تعیین راهکارها و اجرای سیاست‌های مرتبط با موضوع صنعت توریسم ایفا می‌نماید. از آن‌جا که اجرای هر حرکت ایجابی عوارض بالقوّه‌ی منفی و تخریبی را نیز می‌تواند به دنبال داشته باشد، توریسم نیز از این موضوع مستثنی نبوده و در کنار جنبه‌های مثبت و سازندگی و ایجاد اشتغال‌زایی و کسب درآمدهای عظیم، این صنعت نیز نمی‌تواند از ابعاد تخریبی و جنبه‌های منفی به دور باشد. آنچه در این مقوله مهم است آن است که چگونه می‌توان با توجّه به عامل بنیادین فرهنگی و اجتماعی و اکولوژیکی هر منطقه‌ای، از عوامل منفی و تخریبی آن کاست(منشی‌زاده، ۱۳۷۶: ۹۱). همچنین، رضایت توریست تنها زمانی به دست می‌آید که فرایندهای مناسب به گونه‌ای طرّاحی شوند تا خدمات ارائه شده توقّعات و نیازهای گردشگری را برآورده نماید. نتیجه‌ی این امر به صورت ارزش ارائه شده، نمایان می‌شود. بسیاری از عرضه‌کنندگان گردشگری بر همین مبنا و اساس به رقابت می‌پردازند(طالقانی، ۱۳۸۴:۶۱).

نباید از نظر دور داشت که موفقیّت گردشگری روستایی مرهون محیط زیست سالم و جالب توجه روستاست. بنابراین لازم است که تمام نیازهای مختلف روستا به طور صحیح اداره شوند و بین آنها تعادل برقرار گردد. در عین حال باید مطمئن بود که گردشگری از کیفیّت و جاذبه‌های منابعی که به آنها وابسته است، نمی‌کاهد. به همین جهت درک ویژگی نیازهای گردشگری روستایی و راه‌هایی که می‌توان این نیازها را

1. Baud Bovey
2. Acerenza
3. Brad don
4. Getz
5. Murphy

برطرف کرد، دارای اهمیت است. بنابراین باید محدوده‌ی گردشگری روستایی و سهم طبیعت و مدّت اقامت مشخص شود. معمولاً توریسم، بازدیدهای روزانه و اقامت‌های طولانی مدّت دور از محلّ زندگی و کار را شامل می‌شود. در حالی که دیدارهایی مورد توجّه هستند که گردشگران حدّاقل به مدّت یک شبانه‌روز از محلّ زندگی‌شان دور باشند. کسانی که یک روز از روستا بازدید می‌کنند در مقایسه با کسانی که مدّت بیشتری در روستا می‌مانند، به دلیل این‌که تعدادشان بیشتر است، تأثیر بیشتر هم بر محیط زیست دارند. با در نظرگرفتن هر دو گروهی که اقامت طولانی مدّت و کوتاه مدّت دارند، می‌توان به این نتیجه رسید که گروهی که تعدادشان بیشتر است سود اقتصادی کمتری برای جوامع محلّی دارند؛ بنابراین باید در برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثّر در گردشگری روستایی هم تأثیر بازدیدهای تفریحی روزانه و هم تأثیر اقامت‌های بلند مدت را در نظر گرفت، زیرا محدوده‌ی فعّالیّت‌های گردشگری در دامنه‌ی این دو دسته قرار می‌گیرد.

در نهایت بخش گسترده‌ای از بازدیدها، از جانب قشر کوچکی صورت می‌گیرد، امّا تعداد بازدیدکنندگان داخلی که روزانه گردشگری روستایی را مورد توجه قرار می‌دهند، بسیار زیاد است. به طور معمول گردشگران به طور غیررسمی وارد روستا می‌شوند. انگیزه‌ی بسیاری از گردشگران از دیدن روستا علاقه‌مندی به تجربه‌ی محیط روستاست تا شرکت در فعّالیّت‌های مشخص. بنابراین مهم‌ترین تجربه‌ای که گردشگران از گردشگری روستایی کسب می‌کنند، این است که روستا با زندگی نوین شهری تقابل دارد.

امّا فواید گردشگری روستایی محدودیّت‌هایی دارد که نشان می‌دهد گردشگری روستایی نمی‌تواند یک شیوه‌ی موفّق جهانی برای تنوّع اقتصادی باشد. این در حالی است که علاقه‌مندی گردشگران به تجربه‌ی حالات سنّتی روستا بیانگر این مطلب است که برنامه‌ریزی دقیق و حساب‌شده‌ای برای عرضه‌ی گردشگری روستایی و توسعه‌ی روستا لازم است. بنابراین موفقیّت گردشگری روستایی به صورت جدایی‌ناپذیر با توسعه و محافظت بیشتر منابع روستایی در ارتباط است(جولیا شارپلی، ۱۳۸۰: ۴۵، ۵۰ و ۶۵). البته توریسم به تنهایی منتجّ به توسعه نمی‌شود، بلکه توسعه‌ی عمومی کشور باعث بهره‌دهی توریسم می‌شود. برای کشورهای در حال توسعه، که هیچ ثروت طبیعی یا منبع کسب ارزی را ندارند، باید به‌دنبال نظام‌هایی جهت توسعه‌ی توریسم باشند تا موانع و خطرات محدودکننده‌ی آن کم شود. به ویژه این‌که مشکلات اقتصادی در قلمرو توریسم با تأثیرات فرهنگی و اجتماعی درهم‌آمیخته‌اند. این مطلب با توجه به معنای توریسم بیشتر نمود می‌یابد که توریسم فعّالیّتی اقتصادی است که احتمالاً به تجارت در قلمرو میراث فرهنگی و طبیعی کشورها مربوط می‌شود. از این رو دربرگیرنده

مسائل اقتصادی و فرهنگی و اجتماعی است و به طور قطع الگوهای گزینه‌های توسعه را پیش می‌کند(شفیع خانی، ۱۳۷۳: ۷). در نهایت توریسم از دید اقتصادی، یکی از سریع‌ترین راه‌های بازگشت سرمایه است و بالاترین ضریب انباشت را دارد؛ زیرا سرمایه به صورت ارز وارد کشور می‌شود(سرلک، ۱۳۸۰: ۲۴۱).

امروزه در قلمرو جغرافیا، مطالعات در بخش‌های مختلف روستا با تکیه بر تئوری سیستم‌ها و با تأکید بر نگرش سیستمی، بررسی و تحقیق می‌شود. با توجّه به این شیوه از تحقیق است که تمام اجزای روستا، اعمّ از عناصر طبیعی و انسانی، در شکل‌گیری آن مورد توجه قرار می‌گیرد. نبود اطلاع از امکانات بالقوه‌ی روستا، بهره‌برداری کامل از آن را ناممکن می‌سازد و تدوین برنامه‌های مربوط به توسعه‌ی روستایی را با مشکل روبرو می‌سازد(بدری‌فر، ۱۳۶۹: ۷۱). با این حال در برنامه‌ریزی روستایی اصولاً باید براساس شناخت واقعی و همه جانبه از روستا تصمیم و برنامه‌ریزی انجام پذیرد تا براساس روش‌های برنامه‌ریزی، امکانات و استعدادهای بالقوّه و بالفعل روستا مورد بهره‌برداری قرار گیرد. بنابراین می‌توان اذعان نمود که روستاشناسی مقدّم بر برنامه‌ریزی روستایی است، زیرا لازم است که براساس دریافت استعدادهای موجود روستا، برنامه‌ریزی نمود(مهدوی، ۱۳۶۹: ۵۱). در نتیجه هدف و کوشش نهایی برنامه‌ریزی ایجاد شرایط مساعدتر و مناسب‌تر با استفاده از پارامترها و عوامل مختلف است. برنامه‌ریزی روستایی نیز مستثنی از این امر نخواهد بود. شرایط گوناگون روستاها به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه (و نوعاً در کشور ایران) می‌طلبد که هدف برنامه‌ریزی روستایی در جهت رفاه بیشتر ساکنان، کاهش فاصله بین سطح زندگی روستایی و شهری، افزایش درآمد روستائیان، کاهش شدّت مهاجرت‌ها، حفظ محیط طبیعی و جلوگیری از تخریب و آلودگی‌های آن و جهت‌دادن فرهنگ روستایی به سوی تفکر و اندیشه‌ی خلاّق داشتن و به کاربستن آن در جهت اوضاع باشد که در نهایت بازخورد[1] آن توسعه است. در نتیجه توسعه‌ی همه جانبه وقتی صورت می‌پذیرد که در تمامی ارکان یک مجموعه تحوّل و تطوّر صورت پذیرد و جامعه‌ای که ساختار وجودی‌اش برپایه‌ی جامعه‌ی روستایی است، هرآنچه دارد از روستاست و هرگونه تغییر و ارتقاء در جامعه منتج به توسعه می‌شود. بنابراین توریسم روستایی در برنامه‌ریزی روستایی جزئی از ارکان آن محسوب می‌شود که به جنبه‌های اقتصادی و فرهنگی روستا باز می‌گردد و تاکنون به جهت مقتضیّات نظام برنامه‌ریزی کشور به صورت آشکار به آن پرداخته نشده است،

1. Feed Back

در صورتی که جزء جدایی‌ناپذیر از برنامه‌ریزی کل کشور برای توریسم بوده که به صورت کم‌رنگ و محو به آن نگریسته شده است.

مشکلات و تنگناها

در بسیاری از موارد مسائل و تنگناها در بخش توریسم روستایی مشترک است، از جمله:

- مشکلات امور زیربنایی: این دسته از مشکلات خود به سه زیرمجموعه‌ی: کمبود تجهیزات و تسهیلات فیزیکی، ضعف امکانات سرمایه‌گذاری و کمبود اعتبارات عمرانی و ضعف امکانات حفاظت و نگهداری از ابنیه‌ی تاریخی و اماکن مذهبی می‌باشد؛
- مشکلات عمومی و اجتماعی: این دسته از مشکلات نیز در موارد زیر نمود بیشتری می‌یابد از جمله نارسایی سیاست‌ها و اهداف برنامه‌ی توریسم (روستایی)، ضعف مدیریت، نارسایی در تشکیلات عمومی صنعت توریسم (روستایی)، ضعف آموزش و تبلیغات در زمینه‌ی توسعه فرهنگ توریسم (روستایی)؛
- مسائل و مشکلات مربوط به عوامل زیست محیطی؛(سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان مازندران، ۱۳۷۴: ۷۶).

در نتیجه فواید و اثرات توسعه‌ی صنعت توریسم به‌خصوص در بخش توریسم روستایی را می‌توان در مواردی دسته‌بندی نمود:

- توسعه صنعت توریسم –روستایی– موجب افزایش درآمدهای ریالی و ارزی خواهد شد و چون توریسم خود به تنهایی منتج به توسعه نمی‌شود از این‌رو، فعّالیّتی اقتصادی قلمداد می‌شود که در قلمرو میراث فرهنگی و طبیعی کشورها جای می‌گیرد؛
- تأثیر صنعت توریسم در اقتصاد از طریق تشویق فعّالیّت‌های عمرانی و زیربنایی و توسعه‌ی شبکه‌های حمل‌ونقل، ترابری و تولید و عرضه‌ی کالاها و فرآورده‌های مورد نیاز گردشگران؛
- رفت‌وآمد گروه‌های اجتماعی و مسافران داخلی و خارجی و گشت و گذار آنان، باعث افزایش سطح فعّالیّت‌های تولیدی، خدماتی و امکانات اشتغال به میزان قابل توجّهی می‌شود؛
- آشنایی مردم محلّی با فرهنگ و باورها و رفتارهای اجتماعی یکدیگر و افزایش تفاهم ملّی و بین‌المللی و آشنایی با سایر فرهنگ‌ها به توسعه‌ی افق فکری آنان کمک خواهد کرد؛ (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان مازندران، ۱۳۷۴: ۸۸)

در نهایت سیاست‌های کلّی در زمینه‌ی توریسم و زیرمجموعه‌های آن مانند توریسم روستایی که در چندین زیرمجموعه خلاصه می‌شود از جمله: سیاست‌ها و توصیه‌های کلّی، سیاست‌های سرمایه‌گذاری، سیاست‌های بهره‌برداری و مدیریت، سیاست‌های آموزشی و پژوهشی، سیاست‌های زیست‌محیطی، سیاست‌های حفظ و مرمّت آثار تاریخی و سیاست‌های تشکیلاتی و سازماندهی(زنده‌دل، ۱۳۷۱: ۳۵۵- ۳۴۹) که مجموعه‌ی هر یک از سیاست‌های یادشده اهداف و برنامه‌هایی را دنبال می‌نماید که به این مقوله لازم است با دیدی گسترده‌تری نگریسته شود.

نتیجه‌گیری

اکنون جا دارد با توجّه به مجموعه‌ی حاضر، نتیجه‌ی مطالب به تفکیک ذکر شود. البته در برخی موارد راهکارهایی نیز به دنبال آن ارائه شده است:

در جهت برنامه‌ریزی صنعت توریسم روستایی مسائلی چون:

- تبلیغات و اطّلاع رسانی از نقاط بکر و دست‌نخورده؛
- گروه‌بندی توریست وارد شده به ایران براساس انگیزه‌ها و نیازهای گردشگری؛
- تربیت راهنماهای بومی از سوی سازمان ایرانگردی و جهانگردی؛
- برپایی نمایشگاه‌های دائمی از صنایع دستی؛
- مورد تهاجم قرارندادن نقاط روستایی؛
- مرمّت برخی از آثار تاریخی برجای مانده در نقاط روستایی و جلوگیری از تخریب آنها به‌خصوص هنگام انجام طرح‌های هادی روستایی؛
- کار کارشناسی در خصوص شناسایی بیشتر اماکن مذهبی و جاذبه‌های طبیعی روستایی؛
- احداث تجهیزات و تأسیسات پذیرایی در مجاورت روستاهای مهم و مورد توجه (به صورت آزمایشی)؛
- توریسم روستایی از دید اقتصادی، یکی از راه‌های بازگشت سرمایه بوده و بالاترین ضریب انباشت سرمایه را دارد، چرا که سرمایه به صورت ارز وارد کشور می‌شود؛

- توجه هرچه بیشتر به بخش صنعت توریسم روستایی در برنامه‌های اقتصادی-اجتماعی چه در افق‌های بلندمدّت و چه کوتاه مدّت و اختصاص بخشی از بودجه‌ی سالانه سازمان‌های مربوط به این بخش و غیره مورد توجه است؛
- نگرش سیستمی به توریسم روستایی در برنامه‌ریزی روستایی به عنوان جزیی از ارکان نظام برنامه‌ریزی کشور برای گسترش زمینه‌های توریسم؛
- توجه بیشتر به جنبه‌های اقتصادی توریسم روستایی و بازگشت درآمد آن به روستا در جهت ارتقاء محیط روستا برای پذیرش بیشتر توریست؛
- در توریسم روستایی بخش گسترده‌ای از بازدیدها از جانب قشر کوچکی صورت می‌گیرد که تأثیر آن بیش از توریست روستایی است که برای چند روز در روستا اقامت دارد. بنابراین سوق‌دادن برنامه‌ریزی‌های گردشگری روستایی به سمت بازدیدهای کوتاه مدت با تأثیر افزون‌تر می‌تواند صورت پذیرد؛

این موضوع را نباید از نظر دور داشت که موفقیّت هر برنامه‌ی روستایی در گرو دیدگاه برنامه‌ی کلان کشور است و باید برنامه‌ریزی روستایی به عنوان یک هدف و به صورت زیرمجموعه‌ای از یک نظام در برنامه‌ریزی کلان کشور در نظر گرفته شود. لازم به ذکر است که بخش‌های دولتی و خصوصی، نیازها و انتظارات گسترده گردشگران را باید برآورده کنند و بدین ترتیب به آنها از جهت منابع روستایی و مشارکت در اوضاع اقتصادی و اجتماعی مناسب روستا و جوامع روستایی، اطمینان بخشند. در عین حال لازم است خدمات گردشگری روستا با سایر نیازهای روستا در تناسب باشند. بنابراین ارتباط و همکاری سازنده میان سازمان‌هایی که با این امر مرتبط هستند، ضروری است. در نهایت گردشگری روستایی در برنامه‌ریزی روستایی نه تنها تصویری مجازی نخواهد بود، بلکه یکی از الگوهای حقیقی و دست‌یافتنی است.

منابع و مآخذ

۱. بدری‌فر، منصور، ۱۳۶۹، *طرح مطالعات روستایی*، فصلنامه‌ی پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۲۶.

۲. پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی، ۱۳۸۶، *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*، انتشارات سمت، تهران.

۳. جولیا شارپلی، ریچارد، آبان ماه ۱۳۸۰، *گردشگری روستایی*، ترجمه‌ی رحمت‌ا... منشی‌زاده و فاطمه نصیری، انتشارات منشی (کانون اسلامی انصار).

۴. حافظ نیا، محمدرضا و عیسی رمضانی دارابی، زمستان ۱۳۸۲، *بررسی تطبیقی بازتاب‌های فضایی سیاست‌های گردشگری در قبل و بعد از انقلاب اسلامی* (نمونه بابلسر)، فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی، شماره ۷۱.

۵. رحیمی، حسین، ۱۳۸۱، *جهانگردی روستایی و قلمرو آن*، اطّلاعات سیاسی- اقتصادی، شماره ۱۸۶-۱۸۵.

۶. رضوانی، علی‌اصغر، ۱۳۷۴، *جغرافیا و صنعت توریسم*، دانشگاه پیام نور، تهران.

۷. زنده‌دل، حسن، شهریور ۱۳۷۱، *مطالعه و برنامه‌ریزی صنعت توریسم آذربایجان غربی*، معاونت مطالعات و برنامه‌ریزی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان آذربایجان غربی.

۸ سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان مازندران، ۱۳۷۴، *طرح جامع مطالعات توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان مازندران*، وضع موجود و آینده‌نگری توسعه توریسم، نشریه ۷۸.

۹. سرلک، احمد، بهمن و اسفند ۱۳۸۰، *جهانگردی و رفاه اقتصادی*، ماهنامه‌ی اطّلاعات سیاسی- اقتصادی، سال شانزدهم، شماره پنجم و ششم.

۱۰. شفیع خانی، شهناز، زمستان ۱۳۷۳، *توریسم شرکت‌های فراملیتی و هویت فرهنگی*، مرکز پژوهش‌های بنیادی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۱۱. شهابیان، پویان، زمستان ۱۳۸۳، *گردشگری روستایی، ضرورت توجه*، فصلنامه‌ی فنی- مهندسی ساخت شهر، شماره اول.

۱۲. طالقانی، محمد و سیده سارا فتاحی، ۱۳۸۴، *کیفیت خدمات گردشگری و اهمیت آن در جلب رضایت گردشگر*، نشریه مدیریت، شماره ۱۰۰ ـ ۹۹.

۱۳. غفاری، هادی و مولایی، محمدعلی، ۱۳۸۱، *صنعت توریسم در ایران، چالش‌ها و راهبردها*، اطّلاعات سیاسی ـ اقتصادی، شماره ۱۸۶ ـ ۱۸۵.

۱۴. قره‌نژاد، حسن، بهار و تابستان ۱۳۷۸، *جایگاه عرضه در اقتصاد و سیاستگزاری‌های توریسم*، فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی، شماره ۵۲ و ۵۳.

۱۵. معاونت امور اقتصادی و هماهنگی برنامه و بودجه، تابستان ۱۳۸۳، *مبانی نظری و مستندات برنامه چهارم توسعه*، دفتر برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصادی کلان، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.

۱۶. منشی‌زاده، رحمت‌ا...، ۱۳۷۶، *جهانگردی*، انتشارات مسعی، تهران.

۱۷. مهدوی، مسعود، ۱۳۶۹، *مفهوم برنامه‌ریزی روستایی و اهداف آن*، فصلنامه‌ی پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۲۶.